

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh permasalahan terkait *Islamic Marketing* dan *Corporate Image* Luwak White Koffie terkhusus di kota Garut. Berdasarkan hasil pra survey, secara keseluruhan *consumer* Luwak White Koffie belum menunjukkan kepuasan secara maksimal serta belum menunjukkan kelayakan terhadap produk Luwak White Koffie bahkan menunjukkan kecenderungan beralih kepada produk kompetitor, yang berdasarkan pendapat penulis hal ini disebabkan oleh ketatnya persaingan dalam industri kopi di Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Islamic Marketing* dan *Corporate Image* terhadap *Customer Satisfaction* dan *Customer Loyalty* Luwak White Koffie khususnya bagi responden di kota Garut. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan kausal. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non probability sampling* jenis *purposive sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang, sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif serta analisis jalur (*path analysis*).

Hasil penelitian dari analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel *Islamic Marketing*, *Corporate Image*, *Customer Satisfaction* berada pada kategori baik, sedangkan *Customer Loyalty* berada pada kategori cukup baik. Hasil perhitungan analisis jalur menunjukkan bahwa secara simultan variabel *Islamic Marketing* dan *Corporate Image* berpengaruh langsung terhadap *Customer Satisfaction* Luwak White Koffie sebesar 72,9%, dan secara parsial *Islamic Marketing* dan *Corporate Image* berpengaruh langsung terhadap *Customer Satisfaction* Luwak White Koffie. Secara simultan variabel *Islamic Marketing*, *Corporate Image*, dan *Customer Satisfaction* berpengaruh langsung terhadap *Customer loyalty* Luwak White Koffie sebesar 56,9%, dan secara parsial *Islamic Marketing* dan *Corporate Image* tidak memiliki pengaruh secara langsung terhadap *Customer loyalty* Luwak White Koffie namun memiliki pengaruh secara tidak langsung melalui *Customer Satisfaction* Luwak White Koffie.

Kata Kunci: *Islamic Marketing*, *Corporate Image*, *Customer Satisfaction*, *Customer Loyalty*.